

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Perusahaan	1
Gambar 1.2 Bagan Persebaran Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi (Tahun 2023)	3
Gambar 1.3 Grafik Proporsi Persepsi Responden Gen Z Indonesia Terhadap Pengeluaran Bulanan (April 2024).....	4
Gambar 1.4 Grafik Kuliner Minuman yang Paling Sering dibeli	6
Gambar 1.5 Grafik Alasan Masyarakat Indonesia Minum Kopi	7
Gambar 1.6 Total Gerai Beberapa Coffee Shop di Indonesia, 2024.....	8
Gambar 1.7 Proporsi Responden Generasi Z Terhadap Merek Kopi Kafe yang Dikonsumsi	9
Gambar 1.8 Grafik Sales Volume Trend Produk Ready to Drink Kopi Kenangan Periode Januari 2022 - Agustus 2024	10
Gambar 1.9 Penjualan Kopi Kenangan Periode 2022 hingga 2024 Kuartal 2.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Terdahulu	54
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Terdahulu	56
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Terdahulu	57
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Terdahulu	58
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Terdahulu	59
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran.....	60
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	82
Gambar 3.2 Garis Kontinum.....	92
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	102
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	103
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	104
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan Untuk Makanan dan Minuman.....	105
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	106

Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Kopi Kenangan Dalam 1 Bulan	107
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Corporate Social Responsibility	111
Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel Product Quality.....	113
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel Service Quality	116
Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel Price Fairness.....	118
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel Customer Satisfaction.....	120
Gambar 4.12 Garis Kontinum Variabel Customer Loyalty	122
Gambar 4.13 Hasil Outer Model.....	123
Gambar 4.14 Hasil Inner Model.....	130
Gambar 4.15 Model Konseptual	135